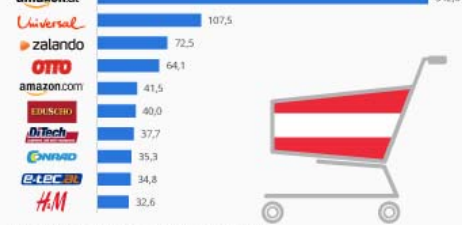




Die Top 10 Online-Shops in Österreich

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2013 (in Millionen Euro)



* Umsatzangaben beruhen überwiegend auf Statista-Nachrechnungen
Quelle: Statista/Bitf, E-Commerce Markt Österreich/Schweiz 2014

Facebooks Werbeumsatz zu 73% mobil

Umsatz von Facebook nach Segmenten (in Millionen US-Dollar)



Quelle: Facebook

Google übertrifft Print in den USA

Werbeumsätze von 2004 bis 2012 in Milliarden US-Dollar



* ohne Werbung auf Zeitungs-Webseiten
Quelle: Google, NAA, PIB

über den Konsumenten über die Suchen, die er durchführt. Gmail dient dazu, dass die Inhalte der E-Mails, die über Gmail verschickt werden, ausgewertet werden, Google+ dient dazu zu wissen, mit wem man vernetzt ist, und mit Android erhält Google das Wissen, was man den ganzen Tag lang treibt, wo man sich aufhält, u.v.a.m.

Das zweite Unternehmen, das derzeit mit Google im erbitterten Kampf um Online Werbung ist, ist Facebook. Auch hier ist das Vernetzen mit Freunden eigentlich nur ein Abfallprodukt. Da die Benutzer für Facebook nichts bezahlen, müssen die Einnahmen von anderer Stelle kommen. Und genau – es ist wiederum die Werbung. Facebook weiß wie Google sehr viel über unsere Vorlieben (Likes), Gewohnheiten, Personen die wir kennen, was wir den ganzen lieben Tag lang machen, unseren Aufenthaltsort über die Messenger App und Facebook am Handy, u.v.a.m. Facebook nutzt diese Daten um punktgenaue Werbung an ihre Kunden zu bekommen. Interessant ist, dass mittlerweile über 70% des Umsatzes von Facebook von Werbung auf Mobiltelefonen generiert wird:

Zukunft

Einige Technologien werden auch den Handel in der Zukunft beeinflussen. Derzeit ist es für Konsumenten schwierig online Produkte zu kaufen, weil diese nicht real angesehen werden können. Der Auto Hersteller Volvo zeigt hier schon, dass dieses Problem mit **Virtual / Augmented Reality** in den Griff zu bekommen ist. Ein Konsument kann sich mittels einer Brille in 3D ein Fahrzeug konfigurieren, und sieht genau, welche Auswirkungen einzelne Entscheidungen haben, und ob ein Fahrzeug mit einer bestimmten Konfiguration den Wünschen entspricht.

In der Logistik werden **selbstfahrende Fahrzeuge** und eventuell auch **Drohnen** die Lieferzeiten drastisch verkürzen. Wartet man jetzt vielleicht zwei, drei Tage auf eine Lieferung, so streben die Online Händler an, die Lieferzeiten auf einige wenige Stunden zu verkürzen. Der Pizza Lieferant Domino Pizza zeigt mit seinem Roboter DRU, dass mit einem selbstfahrenden Fahrzeug mit Wärme und Kälteabteil Pizzas und Getränke zugestellt werden

können. Amazon hat medienwirksam Amazon Prime Air getestet, mit dem die Zustellung mittels Drohnen erfolgt. Dieses Konzept ist sicherlich für schwer erreichbare Gegenden erfolgversprechend, im dicht bebauten Gebiet werden aber vor allem Sicherheitsprobleme und die Flugverkehrsregelungen dagegensprechen.

Bei den **Bezahlungssystemen** wird voraussichtlich das **Handy die Geldbörse ersetzen**. Der Kunde kann weiterhin wählen, welche Bezahlungsmethode er bevorzugt. Die physischen Karten werden aber aller Voraussicht nach durch NFC Technologie und Smartphones ersetzt werden. Das kann sogar für den Konsumenten zusätzliche



Sicherheit bringen, wenn die App im Smartphone entsprechende Funktionen bekommt. Auch das Bargeld kann digital ersetzt werden – so bietet bereits heute die Crypto Währung **Bitcoin** die Möglichkeit anonym bezahlen zu können.

Aber auch für den stationären Handel gibt es Hoffnung. So ist z.B. für Amazon mittlerweile die Anzahl der Rücksendungen ein so großes Problem, aber auch die Problematik des fehlenden „angreifen Könnens“ im Versandhandel, dass Amazon mit eigenen Geschäften experimentiert.

Experten gehen davon aus, dass über kurz oder lang der Online Handel und der stationäre Handel miteinander stärker kooperieren werden. Geschäfte haben einige Angebote, die der Online Handel seinen Konsumenten nicht bieten kann. Es wird also ein stärkeres Miteinander der beiden Kanäle geben.

Der stationäre Handel muss sich auf seine Stärken fokussieren und die digitale Welt zu seinem Vorteil nutzen.

Schwerpunkt Handel

Die Digital Society beschäftigt sich mit der Digitalisierung der Gesellschaft. Einer der ersten Bereiche die von der Digitalisierung umfassend betroffen waren ist der Handel. Viele große Unternehmen haben diese Chance ergriffen und nutzen die Stärken der Digitalisierung für sich. Bei kleineren und mittleren Handelsunternehmen gibt es aber oft noch viel Handlungsbedarf. Die Digital Society möchte diese Unternehmen unterstützen und bei der Gestaltung der notwendigen Rahmenbedingungen aktiv mitarbeiten.

Die Digital Society

Die Digital Society beschäftigt sich mit der Digitalisierung unserer Gesellschaft und begleitet Menschen und Institutionen bei den großen Veränderungen. Das Ziel der Digital Society ist es, aktuelle Probleme zu erkennen und gemeinsam mit allen Betroffenen und unseren Partnern Lösungen zu erarbeiten und diese umzusetzen, um die Chancen der Digitalisierung in Österreich optimal zu nutzen. Die Digital Society ist unabhängig, wurde 2015 gegründet und wird von über 500 Einzelpersonen, Firmen und Institutionen als Mitglied unterstützt.



Werner Illsinger

Präsident bei Digital Society

Follow me
f t g+ in K

Die Vorteile der digitalen Technologien zu verbreiten und eine kritische Auseinandersetzung zu fördern, ist die Mission von Werner Illsinger seit er am TGM in den 80er Jahren die HTL für Nachrichtentechnik absolviert hat. Er hat einen der ersten **Internet** Provider in Österreich aufgebaut, hat mehrere Jahrzehnte Erfahrung im Vertrieb und Management bei internationalen Konzernen, davon 17 Jahre bei Microsoft. Er ist Vorstandsmitglied von ClubComputer.at, Referent und Vortragender bei nationalen und internationalen **Veranstaltungen** und Konferenzen, Mitglied im nationalen **Beirat** für Informationsgesellschaft des Bundeskanzleramts, sowie Präsident der DigitalSociety.